

報道関係各位

平成24年 8月24日  
株式会社 クロス・マーケティング  
(東証マザーズ3629)

## ドラッグストアでも購入可能な医薬品“スイッチOTC” 購入理由は「効果の即効性(33.2%)」と「強い効果(32.6%)」 6割が、「価格が高くて、薬に効果があれば購入」と回答

－「スイッチOTC」に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長兼CEO:五十嵐 幹)では、全国の20～69歳の男女500人に、薬局で買える医薬品「スイッチOTC」に関する調査を実施いたしました。

### ■調査背景・目的

近年、ロキソニン(解熱鎮痛剤)などの、これまで医師の処方箋がなければ入手・使用できなかった医薬品が、ドラッグストアで購入できるようになりました。薬局のカウンター越しに入手できる(Over The Counter)ことから、「スイッチOTC」とも呼ばれており、その市場には、今後も様々な製薬企業が参入し、拡大していくものと考えられます。

しかしスイッチOTCは、第1類医薬品に指定されているものが多く、購入時には薬剤師の説明を受ける必要があるなど、他の医薬品に比べて購入時に手間や面倒さがあります。

今回は、消費者のスイッチOTCについての認知や利用実態、意識などを明らかにし、スイッチOTCの現状を把握します。

### ■調査結果

- ✓ 「スイッチOTC医薬品」の認知状況については、「処方薬」や「ジェネリック医薬品」ほど浸透していない。〈図1〉
- ✓ スイッチOTC医薬品購入の理由は、「効果の即効性(33.2%)」と「強い効果(32.6%)」が高い。〈図2-1〉  
また、購入経験者の75.5%が、「今後もスイッチOTCを選択する」と回答。〈図2-2〉
- ✓ スイッチOTCで発売してほしい薬の種類は、「風邪薬(63.4%)」がトップ。  
性別では、男性が「胃薬」「下痢止め」が女性に比べて高く、女性は「かゆみ止め」「花粉症薬」「湿疹の薬」「痛み止め」「便秘薬」が男性に比べて高い。〈図3〉
- ✓ 効果があれば、61%が「価格が高くて」購入すると回答。〈図4〉

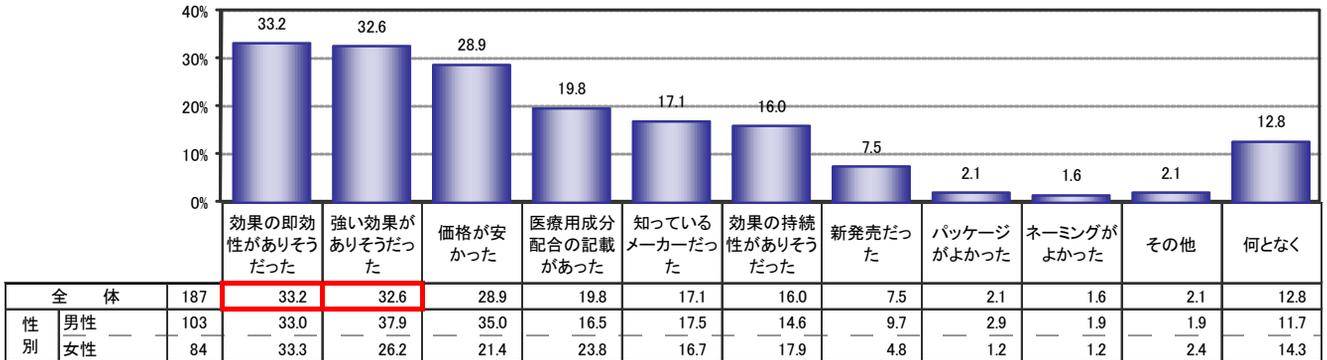
◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ [http://www.cross-m.co.jp/report/report.html\\$/rid/12098/](http://www.cross-m.co.jp/report/report.html$/rid/12098/)

### 〈図1〉 医薬品分類用語の認知状況

		(%)	知っているが、購入した事はない	知らなかったが、購入したことがある	購入したこともなく、知らなかった	認知計
		n=				
処方薬	説明前	500	80.8			92.4
	説明後	500	86.6			93.2
ジェネリック医薬品	説明前	500	57.2			92.0
	説明後	500	57.4			90.0
OTC医薬品	説明前	500	9.0	11.4	2.0	20.4
	説明後	500	27.8	8.4	38.4	36.2
スイッチOTC医薬品	説明前	500	4.2	8.8	4.2	13.0
	説明後	500	15.2	13.8	22.2	29.0

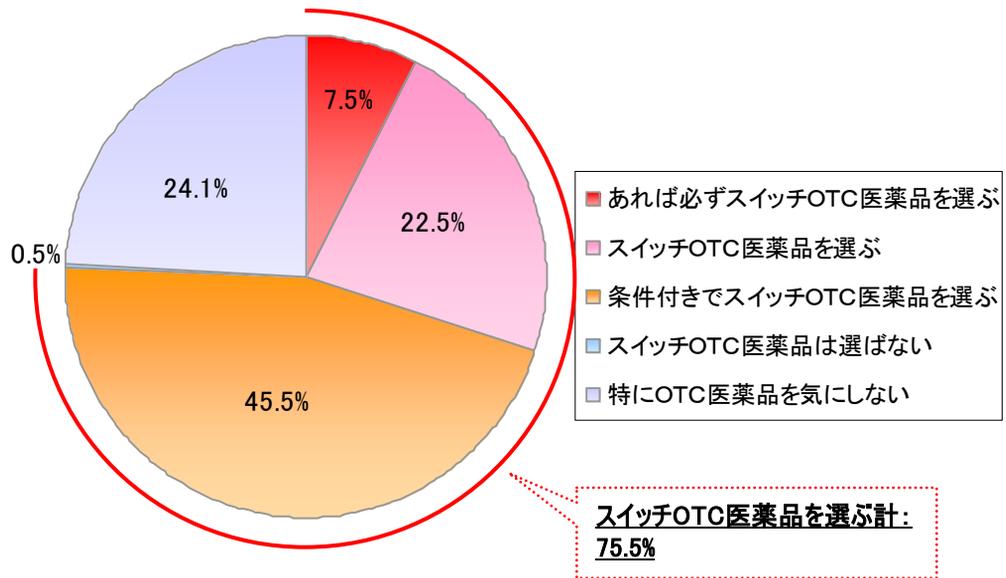
〈図2-1〉 スイッチOTC医薬品購入理由(複数回答)

【スイッチOTC医薬品購入者ベース n=187】

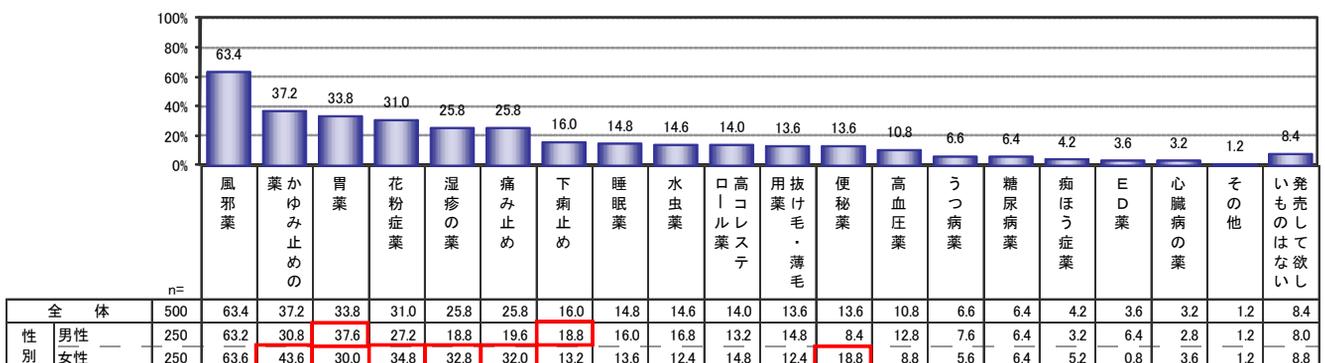


〈図2-2〉 スイッチOTC医薬品の今後選択有無(単一回答)

【スイッチOTC医薬品購入者ベース n=187】



〈図3〉 スイッチOTC医薬品として発売してほしい薬の種類(複数回答)



〈図4〉「薬の効果」と「価格」のトレードオフ(単一回答)

		(%)	効果があるのであれば、価格はかなり高くとも買う	効果があるのであれば、価格はやや高くとも買う	効果があったとしても、価格はやや安くないと買わない	効果があったとしても、価格はかなり安くないと買わない	効果があれば価格は高くとも買う計	効果があっても価格は安くないと買わない計
n=								
全 体		500	4.0	57.0	35.4	3.6	61.0	39.0
性別	男性	250	6.0	54.8	36.8	2.4	57.2	39.2
	女性	250	2.0	59.2	34.0	4.8	58.4	38.8

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング アンケートモニター使用)  
 調査対象 : 全国 20～69歳の男女で、ドラッグストアでの医薬品自購入者(3ヶ月以内)  
 調査期間 : 2012年8月2日(木)～2012年8月5日(日)  
 有効回答数 : 500サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 (東証マザーズ3629)  
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : リサーチ事業、ITソリューション事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 中野・大島 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

〈引用・転載時のクレジット表記のお願い〉

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」